

# Business Improvement District Trelleborg

**BID** Nulägesanalys 2024

# Innehållsförteckning

Introduktion och bakgrund.....	4
En levande stadskärna som strategisk tillgång.....	4
BID-processen och modellen för samverkan.....	5
Kopplingen mellan BID och platsvarumärket.....	5
Syfte och mål med BID Trelleborg.....	6
Syfte.....	6
Mål.....	6
Vision för Trelleborg BID.....	7
Vad är BID?.....	8
BID-metoden.....	8
Trelleborgs tillämpning av BID-metoden.....	9
BID-området och typ av BID.....	9
BID-områdets intressenter och samverkanspartners.....	10
Samverkansorganisation.....	10
Samverkanspartners.....	10
Fokusområden för Trelleborg BID.....	12
Trelleborgs fem fokusområden med tillhörande fokusgrupper.....	12
Fokusområde 1 – Platsvarumärke: Identitet, profil, positionering och image.....	12
Fokusområde 2 – Utbudet: Butiksmix, aktiviteter, upplevelser och kommersiell service.....	12
Fokusområde 3 – Platsen: Funktion, utseende och utformning.....	12
Fokusområde 4 – Tillgänglighet: Transporter, framkomlighet och öppettider.....	13
Fokusområde 5 – Tryggt och säkert.....	13
Strategiska dokument och analyser.....	14
Nationella styrdokument.....	14
Regionala styrdokument.....	14
Kommunala styrdokument.....	15
Andra relevanta rapporter och studier.....	16
Statistik och nyckeltal.....	18
Demografiska fakta.....	18
Handelsmönster.....	21
Pendlingsmönster.....	22
Trygghetsundersökningar och trygghetsaspekter.....	23
Statistik över gästnätter.....	24

Omvärlds- och marknadsanalys.....	26
Positionering och strategiska fördelar.....	26
Makroperspektiv.....	26
Mikroperspektiv.....	26
Typ av stad.....	26
Konkurrens och utmaningar.....	26
Konkurrenssituation.....	26
Näthandel.....	27
Pågående och kommande utvecklingsprojekt.....	28
Kuststad 2025.....	28
Näringslivssatsning med Business Center Trelleborg.....	28
Ny infrastrukturlösning och ringväg avlastar staden.....	28
Större händelser i stadskärnan.....	29
SWOT-analys av Trelleborgs stadskärna.....	30
Styrkor.....	31
Svagheter.....	31
Möjligheter.....	32
Hot.....	33
Studier, undersökningar och workshops.....	34
Fokusgrupperna och deras insikter.....	34
Varumärke.....	34
Utbud.....	34
Platsen.....	34
Tillgänglighet.....	34
Tryggt & säkert.....	34
Konkurrenssituation & utmaningar.....	35
Trelleborgs tre största konkurrenter.....	36
Trelleborgs styrkor.....	36
Sammanfattning och nästa steg.....	38

## **BID** NULÄGESANALYS

BID står för Business Improvement District. Det är en processmetod för utveckling av stadskärnan. Arbetet görs i samarbete med Svenska Stadskärnor. Nulägesanalysen är producerad och utgiven av Trelleborg BID och Trelleborgs kommun.

**Text:** BID-Manager Sahand Kousha och styrgruppen för BID Trelleborg.

**Art direction och layout:** John R. Pickens.

**Tryck:** Tryckservice i Ängelholm AB, Ängelholm 2024.



### **BID-processen och modellen för samverkan**

För att skapa en trygg och trygg stadskärna har Trelleborgs kommun i samarbete med branschorganisationen Svenska Stadskärnor, implementerat en BID - Business Improvement District. Genom BID-metoden samarbetar kommunen med fastighetsägare, näringsidkare och andra lokala aktörer för att utveckla och förverkliga stadens potential.

## Introduktion och bakgrund

### **En levande stadskärna som strategisk tillgång**

Stadskärnan spelar en central roll i Trelleborgs vision för framtiden. En attraktiv och dynamisk stadskärna fungerar som ett socialt och ekonomiskt nav för invånarna och stimulerar både inflyttning och företagsetableringar, vilket stärker den lokala ekonomin och höjer välfärden. I takt med att näthandeln växer och stadskärnans roll förändras krävs en tydlig strategi som gör centrum till en självklar mötesplats för handel, kultur och upplevelser.

*Trelleborg befinner sig i en dynamisk utvecklingsfas som omfattar stadens omvandling där hamnstad även blir en modern kuststad med fokus på hållbar tillväxt och attraktivitet.*

# BID

### **Kopplingen mellan BID och platsvarumärket**

Under 2023 utvecklade kommunen en ny platsvarumärkesstrategi som syftar till att stärka Trelleborgs attraktivitet och identitet. Trelleborg BID och platsvarumärkesstrategin stödjer varandra genom att lyfta Trelleborgs stadskärna som en central del i stadens utveckling. Genom BID-projektet och strategin för platsvarumärket arbetar kommunen för att göra stadskärnan till en trygg och inbjudande miljö. Satsningen inkluderar investeringar i kultur, rekreation och mötesplatser för att skapa ett attraktivt "liv mellan husen" som kompletterar Trelleborgs fokus på industri och logistik. Målet är att förvandla Trelleborg från en anonym industristad till en stad som bjuder in till möten, kultur och upplevelser i en trygg och inkluderande miljö.

# Syfte och mål med BID Trelleborg



*BID-processen erbjuder en strukturerad plattform för att samla och fokusera resurser på att utveckla stadens hjärta – en plats där handel, kultur och möten kan blomstra.*

## Syfte

Syftet med Trelleborg BID är att skapa en attraktiv, trygg och levande stadskärna genom ett starkt och långsiktigt samarbete mellan kommunen, fastighetsägare, näringsliv, föreningar och invånare.

Detta partnerskap syftar till att etablera en gemensam förståelse och samsyn kring hur stadens potential bäst kan nyttjas, där alla aktörer bidrar utifrån sina unika styrkor.

BID-processen erbjuder en strukturerad plattform för att samla och fokusera resurser på att utveckla stadens hjärta – en plats där handel, kultur och möten kan blomstra. Genom att arbeta tillsammans vill Trelleborgs kommun skapa en attraktiv stadskärna som fungerar som en drivkraft för tillväxt, innovation och gemenskap.

## Mål

### 1. Utveckling av en långsiktig affärsplan och handlingsplan

Genom att ta fram en gemensam och förankrad nulägesanalys och en affärsplan i samverkan med lokala aktörer får Trelleborg BID ett stabilt fundament. Planerna ska fungera som en ledstjärna för stadskärnans utveckling med tydliga mål och konkreta åtgärder för att möta stadens behov.

### 2. Skapa och bibehålla attraktiva miljöer

Målet är att förbättra både de fysiska och upplevelsemässiga kvaliteterna i stadskärnan. Detta innefattar utveckling av offentliga rum och trygga, tilltalande mötesplatser som stärker stadens sociala och ekonomiska livskraft.

### 3. Främja en hållbar samverkansorganisation

Trelleborg BID ska verka för att skapa en långsiktig samverkansorganisation som samlar kommunen, fastighetsägare och näringsliv under ett gemensamt mål. Organisationen ska

operativt och strategiskt driva stadskärnans utveckling och säkerställa kontinuitet och engagemang även efter BID-projektets avslut.

### 4. Uppnå ökad tillväxt och minska pendling

Genom BID-processen vill Trelleborgs stadskärna locka fler invånare, företag och besökare, vilket leder till ökad ekonomisk aktivitet och skapar nya jobbopportuniteter. Detta stärker den lokala arbetsmarknaden och minskar behovet av pendling, vilket i sin tur bidrar till en hållbar stad.

### 5. Kandidatur för "Årets stadskärna"

Ett mål för Trelleborg BID är att kvalificera Trelleborgs stadskärna för utmärkelsen "Årets stadskärna" från Svenska Stadskärnor. Genom det nya arbetssättet med utvecklad samverkan mellan privat och offentlig sektor i BID-processen sätter detta arbete en standard för att skapa en långsiktig och hållbar utveckling som gör Trelleborg till en ledande aktör inom stadskärnutveckling.



## Vision för Trelleborg BID

Trelleborg BID strävar efter att skapa en stadskärna som är både inbjudande och dynamisk, där invånare, besökare och företag känner sig välkomna och trivs. Visionen är att utveckla stadskärnan till ett levande nav för möten och aktiviteter året om, med en rik blandning av kulturella inslag, upplevelser och hållbara miljöer.

Genom att kombinera historiska värden med modern utveckling vill vi skapa en stad där det förflutna och framtiden möts harmoniskt. Trelleborgs centrum ska vara en plats där människor känner stolthet och trivsel, och där det finns något för alla – från barnfamiljer till seniorer, från småföretagare till stora företag.

# 4

## Vår vision inkluderar:

### 1. En attraktiv och trygg stadskärna:

Vi vill att stadskärnan ska vara en plats där människor känner sig säkra och välkomna, oavsett tid på dygnet. Genom förbättrad belysning, renhållning och säkerhetsåtgärder skapar vi en trygg miljö för alla.

### 2. Ett varierat och levande utbud:

Stadskärnan ska erbjuda en mångfald av butiker, restauranger, kultur- och fritidsaktiviteter som tilltalar olika målgrupper. Vi strävar efter att skapa en dynamisk handelsplats som lockar både lokala invånare och besökare.

### 3. Hållbara och tillgängliga miljöer:

Vi satsar på att utveckla offentliga rum som är både estetiskt tilltalande och funktionella. Genom att förbättra tillgängligheten för alla, skapar vi en inkluderande stadskärna.

### 4. Stark lokal identitet och ett tydligt varumärke:

Genom en tydlig platsvarumärkesstrategi vill vi stärka Trelleborgs identitet och profil. Stadskärnan ska vara känd för sin unika karaktär och attraktionskraft, vilket bidrar till ökad lokal stolthet och besöksfrekvens.

*Visionens mål är att Trelleborg ska vara en stad där människor vill leva, verka och som man vill besöka, och där stadskärnan fungerar som ett pulserande hjärta som driver tillväxt och gemenskap.*

*Genom samverkan och långsiktiga satsningar bygger vi en framtid där Trelleborg inte bara är en genomfartsort, utan en destination i sig själv.*

# Vad är BID?

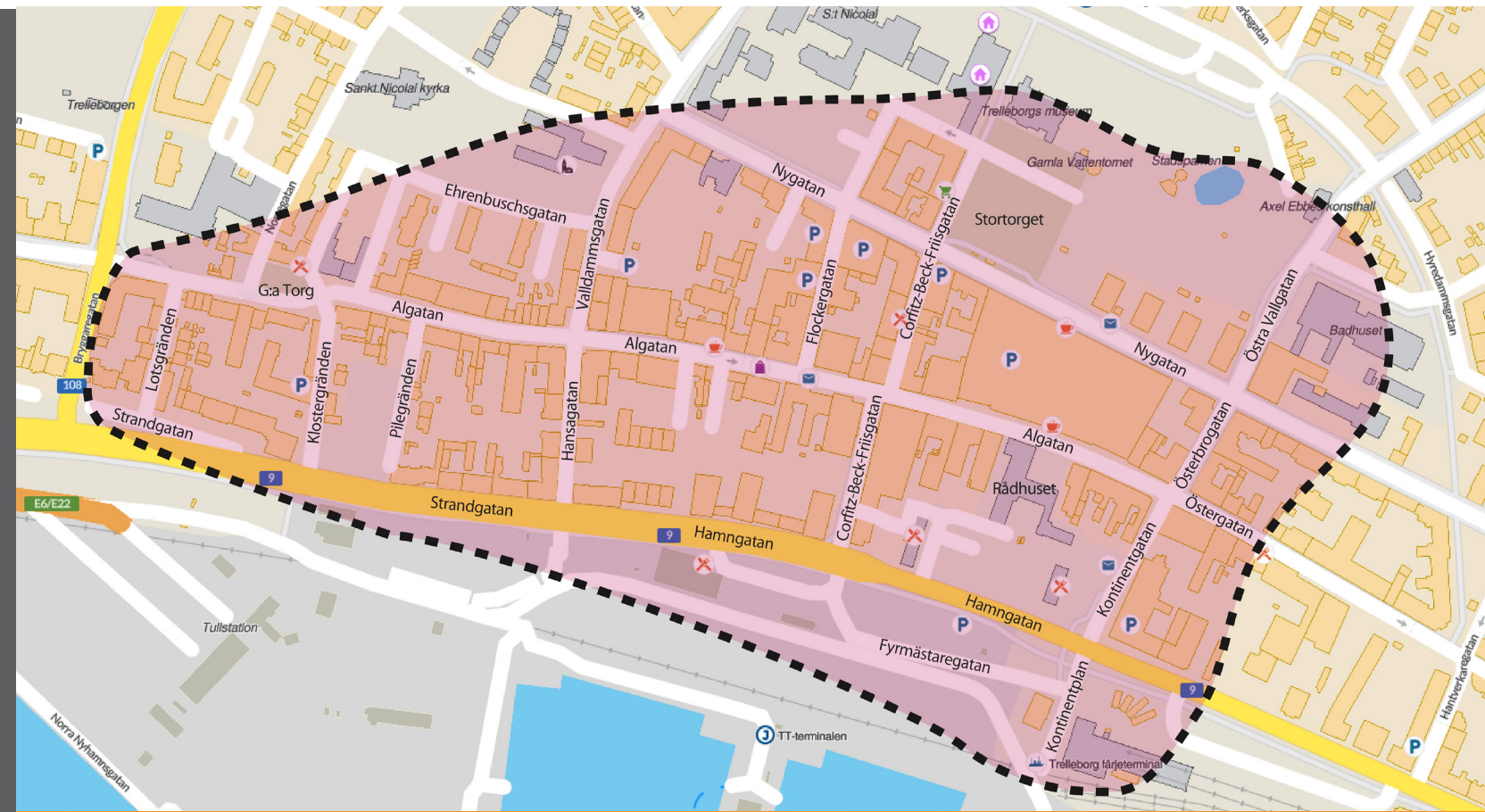
## BID-metoden

BID – Business Improvement District är en internationell samverkansmodell som Svenska Stads kärnor har implementerat och anpassat till svenska förhållanden. Modellen bygger på samverkan på frivilliga grunder, där olika aktörer inom ett geografiskt avgränsat område enas kring en gemensam målbild och vision, för att tillsammans skapa förutsättningar för bättre lönsamhet, ökad tillväxt och konkurrenskraft. Modellen bidrar också till snabbare beslut och bättre kommunikation mellan

aktörerna, vilket är särskilt viktigt vid kris hantering. Resultaten uppnås genom en strukturerad processledd BID-samverkan som pågår under cirka 18 månader uppdelat i 7 steg och 5 fokusområden.

Sedan 2015 har Svenska Stads kärnor genomfört ett 20-tal framgångsrika BID-proces ser runt om i landet. Det unika med BID-modellen är att den fungerar oavsett storlek på staden, orten eller platsen.

Källa: [www.svenskastadskarnor.se](http://www.svenskastadskarnor.se)



BID-området och det som benämns som stads kärnan i denna rapport.



# Business Improvement District

## Trelleborgs tillämpning av BID-metoden

I Trelleborg utvecklas stads kärnan med utgångspunkt från Svenska Stads kärnors BID-metod och processverktyget med fem fokusområden. Dessa omfattar varumärke, utbud, platsen, tillgänglighet samt tryggt & säkert.

Under 18 månader kommer processarbetet ske i 7 steg 2024–2025.

## BID-området och typ av BID

I Trelleborg genomförs en stads kärne-BID med utgångspunkt från Trelleborgs tätorts stads kärna. Stads kärnan bedöms inledningsvis bestå av centrala handelsstråk, kulturstråk och infrastrukturnoder. Horisontellt täcks hela Algatan; från västra delen av Östergatan till Bryggaregatan. Dessutom ingår Nygatan samt en bit av Östra Infarten inklusive långsgående gator.

## SVENSKA STADSKÄRNORS BID-MODELL – TIDPLAN 18 MÅN

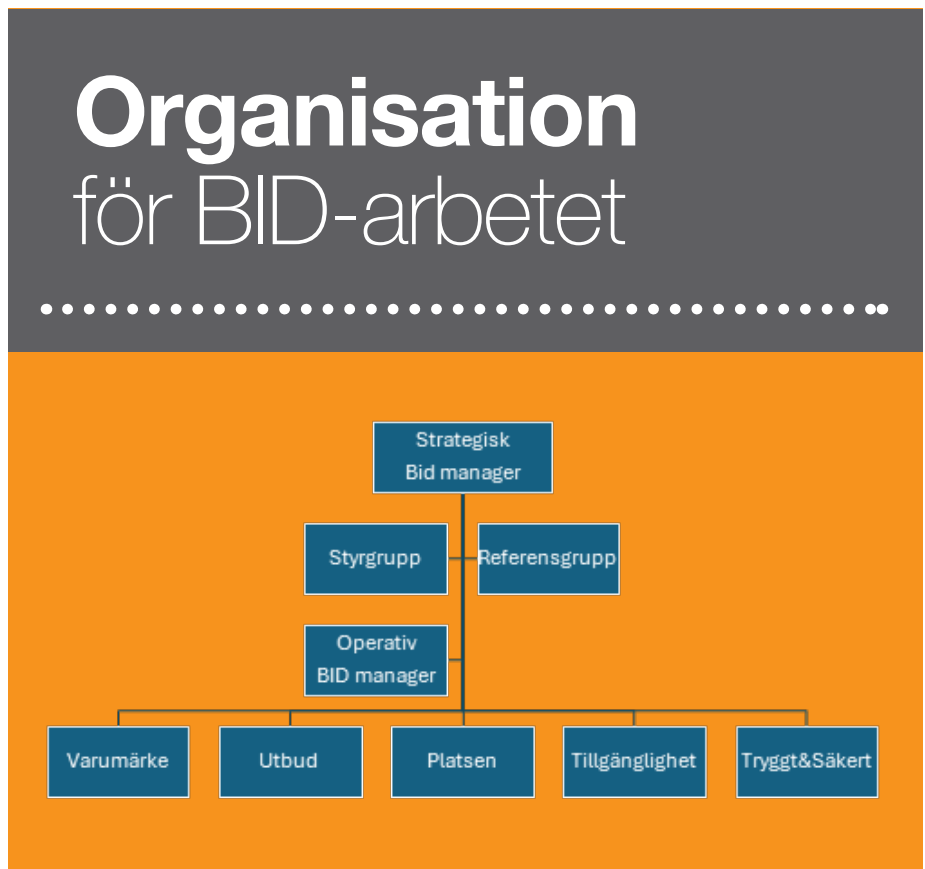


### **BID-områdets intressenter och samverkanspartners**

Trelleborg BID bygger på ett nära samarbete mellan fastighetsägare, näringsidkare, Trelleborg Citysamverkan, Visit Trelleborg och Trelleborgs kommun. För att säkerställa bred delaktighet har kommunen bjudit in företagsnätverk, föreningar som är aktiva i stadskärnan och kommunanställda till fokusgrupper och stormöten inom BID-processen. En operativ BID-manager har även besökt majoriteten av näringsidkarna i området för att informera om projektet och uppmantra dem att delta.

### **Samverkansorganisation**

Trelleborg BID leds av näringslivschefen i Trelleborgs kommun, som i rollen som strategisk BID-manager ansvarar för projektets övergripande mål och riktning. En styrgrupp, som består av kommunens chefer och direktörer samt representanter från Fastighetsägarna, Trelleborg Citysamverkan och kommunala bolag, stödjer projektet strategiskt. På den politiska sidan representeras projektet av Näringslivsutskottet som fungerar som referensgrupp. Operativt samordnas BID-arbetet av en BID-manager som ansvarar för dokumentation, inbjudningar och andra praktiska uppgifter. Projektet omfattar också fem fokusgrupper som arbetar med olika aspekter av stadskärnans utveckling.



## Samverkanspartners

### **Fastighetsägarna**

Fastighetsägarna Sverige är en nationell branschorganisation som driver fastighetsägarnas frågor. Trelleborg tillhör region Syd, där Fastighetsägarna arbetar med att bevaka det lokala företagsklimatet för fastighetsägare och anordna medlemsaktiviteter kring aktuella ämnen. Organisationen publicerar årligen rapporterna Cityindex Sverige och Cityindex Insikt, som fungerar som vägledning för medlemmarnas omvärldsanalys och förändringsarbete.

### **Trelleborg Citysamverkan**

Trelleborg Citysamverkan är en ekonomisk förening som arbetar för att stärka Trelleborgs stadskärna som en attraktiv handels- och mötesplats. Organisationen består av en

styrelse med representanter från näringslivet, fastighetsägare och kommunen, samt en Cityledare vars uppdrag är att främja den lokala handeln genom arrangemang och marknadsföring som lockar besökare och gynnar stadens ekonomi.

### **Visit Trelleborg**

Visit Trelleborg arbetar för att främja turismens roll i samhällsutvecklingen och stärka platsens attraktionskraft. I nära samverkan med den lokala besöksnäringen, kommunala förvaltningar och bolag samt regionala, nationella och internationella aktörer bidrar Visit Trelleborg till en positiv utveckling för Trelleborg som besöksmål.

### **Tryggare Trelleborg**

Tryggare Trelleborg är ett samarbete mellan kommunala verksamheter och Polisen för att öka tryggheten och förebygga brott i kommunen. Detta långsiktiga arbete syftar till att skapa en tryggare och mer välmående stadsmiljö.

### **Unga och seniorer**

För att inkludera perspektiv från både unga och äldre har föreningslivet i Trelleborg bjudits in till att delta i fokusgrupper och stormöten.

Föreningarna Sköna Trelleborg samt Gamla Trelleborg har hjälpt oss med att vidga perspektiven och nyttiga synsätt och faktorer att tänka på inom BID-området.

För att fånga barns och ungdomars tankar om stadskärnan används en metod där olika åldersgrupper får dela sina idéer och förväntningar för framtiden. Ungdomar på Söderslättsgymnasiet har deltagit i workshops, och ytterligare synpunkter samlas in genom besök på fritidsgårdar. För de yngre barnens perspektiv har operativ BID-manager träffat forskolepersonal och lyssnat av deras synpunkter där de representerar dessa barns behov.



## 5

## Fokusområden för Trelleborg BID

Trelleborgs stadskärne-BID arbetar utifrån Svenska Stadskärnors fem fokusområden och har etablerat fem dedikerade fokusgrupper. Varje grupp är inriktad på ett specifikt område för att driva utvecklingen inom BID-området. Grupperna samlar en mångfald av aktörer, inklusive kommunrepresentanter med olika kompetenser, lokala näringsidkare, fastighetsägare och föreningar, alla med koppling till eller intresse i stadskärnans framtid.

Trelleborgs fem fokusområden med tillhörande fokusgrupper

I BID-fokusgrupperna i Trelleborg sker samverkan och kunskapsutbyte mellan kommunanställda, fastighetsägare och företagare för att förstå och utveckla stadskärnan. Här får exempelvis fastighetsägare insikter om företagares syn på kommersiell attraktivitet, medan företagare får inblick i kommunens arbete med gatuunderhåll och renhållning. Atmosfären i mötena har präglats av engagemang och lärande, där deltagarna breddat sina perspektiv.

### Fokusområde 1

**Platsvarumärke: Identitet, profil, positionering och image.**

Målet med detta fokusområde är att definiera platsens identitet – vad står platsen för och vilken upplevelse vill vi skapa? Genom att tydliggöra vår profil och positionering kan vi skapa en unik bild i målgruppens medvetande och skilja oss från andra destinationer. Hur kan vi förankra kärnvärden som stärker platsens varumärke och position i konkurrensen? Denna grupp arbetar utifrån platsvarumärkesstrate-

gin för att skapa en hållbar och igenkännbar identitet.

### Fokusområde 2

**Utbudet: Butiksmix, aktiviteter, upplevelser och kommersiell service.**

Här är syftet att kartlägga och stärka platsens utbud av handel, kultur, restauranger och nöjen. Vi analyserar om det finns ett tillräckligt brett utbud för att tilltala olika målgrupper, från barnfamiljer till seniorer. Målet är att utveckla en attraktiv handelsplats.

### Fokusområde 3

**Platsen: Funktion, utseende och utformning.**

Denna grupp fokuserar på platsens funktionalitet, estetiska uttryck och hur den fysiska miljön uppmuntrar till social interaktion. Är miljön trivsam, inspirerande och inbjudande för spontana möten? Fokus ligger på att skapa en attraktiv miljö med unika upplevelser och

”

Är miljön trivsam, inspirerande och inbjudande för spontana möten? Fokus ligger på att skapa en attraktiv miljö med unika upplevelser och väl utformade mötesplatser, samt en god balans mellan handel, kultur och andra tjänster.



"Hur kan vi förankra kärnvärden som stärker platsens varumärke och position i konkurrensen?"

väl utformade mötesplatser, samt en god balans mellan handel, kultur och andra tjänster.

### Fokusområde 4

**Tillgänglighet: Transporter, framkomlighet och öppettider.**

Här undersöker vi hur enkelt och smidigt det är att ta sig till, från och röra sig inom BID-området, oavsett transportmedel eller förutsättningar. Vi har satt in oss i de olika flöden som finns inom BID-området och försökt bena ut hur man kan göra dessa smidigare och positivare. Vi vill säkerställa att platsen är inklud-

erande och tillgänglig, vilket är avgörande för att öka besöksflödet och skapa en positiv upplevelse.

### Fokusområde 5

**Tryggt och säkert**

Målet för detta fokusområde är att skapa en ren, trygg och säker plats där människor känner sig välkomna under dygnets alla timmar. Vi analyserar faktorer som påverkar tryggheten, från belysning och säkerhetsåtgärder till renhållning och underhåll. En känsla av trygghet är central för att attrahera både invånare och besökare, vilket i sin tur stärker platsens attraktivitet och långsiktiga värde.



# Strategiska dokument och analyser

Denna nulägesanalys för Trelleborgs stadskärna bygger på ett antal strategier, undersökningar, analyser och andra viktiga dokument som på olika nivåer ger vägledning och riktlinjer för utvecklingsarbetet. Dessa dokument sträcker sig från nationell nivå, såsom handlingsplanen för Agenda 2030, som driver hållbarhetsarbetet framåt på global och nationell nivå, till regionala strategier som "Det öppna Skåne 2030," som syftar till att bevara och förbättra livskvaliteten i Skåne.

Mer information om dessa dokument finns på [vaxer.trelleborg.se](http://vaxer.trelleborg.se).

På kommunal nivå finns en rad dokument som rör specifika frågor, från torghandelsföreskrifter och parkeringsstrategi, till natur- och kulturmiljöplan samt näringslivsstrategi. Dessa kommunala styrdokument ger vägledning för både dagliga aktiviteter och långsiktig planering i Trelleborg. Genom att analysera och sam-



Famntagat av Axel Ebbe. Foto: John R. Pickens

manväva dessa dokument kan kommunen identifiera nuvarande styrkor, utmaningar och potential för framtida utveckling. Denna nulägesanalys utgör en grund för att fatta strategiska beslut som stärker stadskärnans attraktivitet och hållbara tillväxt.

## Nationella styrdokument

### Handlingsplan Agenda 2030 (2018)

Agenda 2030 är FN:s agenda för förändring mot ett hållbart samhälle. Sverige ska vara ledande i genomförandet av agendan so har 17 hållbarhetsmål. Genomförandet innebär en successiv omställning av Sverige som modern och hållbar välfärdsstat, på hemmaplan och

som del av det globala systemet. I denna handlingsplan för 2018–2020 beskriver regeringen ett antal centrala åtgärder för hållbar utveckling som förväntas att ge resultat och effekter under kommande år.

## Regionala styrdokument

### Det öppna Skåne 2030 (Region Skåne 2020)

Skåne är en bra plats att leva på. Livskvaliteten är hög. Kultur, samhälle och näringsliv håller hög klass. Människor trivs här och vill bo här. Denna utvecklingsstrategi för Skåne är ett medel för att bibehålla det som är gott och förbättra det som är sämre. Skåne ska utvecklas till ett allt bättre landskap att bo och leva i.

## Kommunala styrdokument

### Allmänna lokala ordningsföreskrifter

#### Trelleborgs kommun - 2023

Trelleborgs kommun föreskriver följande med stöd av 1 § förordningen (1993:1632) med be- myndigande för kommuner och länsstyrelser att meddela lokala föreskrifter enligt ordningslagen (1993:1617).

### Brottslighet – Lägesbild - 2024

Kopplat till lagen om kommuners ansvar att arbeta brottsförebyggande, har en lägesbild över brottsligheten i kommunen tagits fram.

### Brottslighet – Åtgärdsplan - 2024

Kopplat till den framtagna lägesbilden över brottsligheten i kommunen, har en åtgärdsplan tagits fram.

### Fördjupad Översiktsplan

#### för Trelleborgs stad 2035 - 2023

Det är otroligt spännande tider i Trelleborgs kommun just nu. Staden står inför att genomföra flera stora stadsbyggnadsprojekt, där Kuststad 2025 är det mest omfattande i Trelleborgs historia. Trelleborg har unika möjligheter att i ett centralt havsnära läge omvandla verksamhetsområden till nya stadsdelar med bostäder, kontor,

verksamheter, skolor, kultur, grönområden, ja allt det där som en stad kan erbjuda!

### Företagens trygghetsundersökning

#### Trelleborgs kommun – 2024

I den här rapporten presenteras resultaten från FTU - Företagens trygghetsundersökning i Trelleborgs kommun. Rapporten är över lag beskrivande och fullständiga resultat för respektive frågeområde presenteras i tabellbilagor.

### Föreskrifter för avfallshantering

#### Trelleborgs kommun - 2021

Kommunen har en avfallsplan "Gemensam kretsloppsplan Från avfall till resurs 2021–2030", som beslutas av kommunfullmäktige, och som tillsammans med dessa föreskrifter för avfallshantering utgör renhållningsordning för kommunen. I kretsloppsplanen fastställs mål, indikatorer och åtaganden för hur avfallsets miljöpåverkan ska minska. Planen gäller under 10 år.

### Handlingsplan Näringslivsstrategi - 2024

Handlingsplanen för 2024–2025 är indelad i tre områden som tillsammans omfattar allt operativt arbete som vi gör i enlighet med vår

Näringslivsstrategi. De tre områdena är; enkelt, attraktivt och hållbart. Enkelt innebär kort att vår organisation är serviceinriktad och lösningsfokuserad. Attraktivt innehåller bland annat att stärka stoltheten och attraktionen för vår stad. Hållbart omfattar vår strävan att vårt näringsliv kan nå FN:s globala hållbarhetsmål 2030.

### Kulturpolitiskt program för Trelleborgs kommun – remissversion – 2024

Det kulturpolitiska programmet för Trelleborgs kommun syftar till att visa riktningen för kommunens gemensamma arbete med konst och kultur under perioden 2025–2030.

### Miljömålsprogram för Trelleborgs kommun – lokala miljömål 2021–2030 - 2021

Miljömålsprogram för Trelleborgs kommun, Lokala miljömål 2021 – 2030 sammanfattar och förtydligar vad som är särskilt viktigt för Trelleborgs kommuns miljöarbete. Programmet säkerställer ett långsiktigt miljöarbete med fortsatt hög ambitionsnivå och bred förankring inom hela kommunkoncernen. Förvaltningar och kommunala bolag har lämnat förslag till målformuleringar, åtgärder och tekniska lösningar.



Maglarp. Foto: John R. Pickens





## Andra relevanta rapporter och studier

### Attitydundersökning Trelleborg lokal och nationell – 2023

Undersökningen gjordes för att få fram en nulägesanalys kopplad till platsvarumärkesstrategin. Databaseringen för den nationella undersökningen är genomförd av Placebranders i samarbete med undersökningsföretaget Norstat under oktober 2023. Undersökningen baseras på svar från 701 respondenter.

### Detaljhandelsanalys & strategi Trelleborg C - 2015

Trelleborg Citysamverkan tillsammans med Trelleborgs kommun bad Reteam att ta fram en strategi för detaljhandeln i Trelleborgs stadskärna.

### Fastighetsägarna Cityindex Sverige – 2023

Sveriges stadskärnor förändras och nya beteendemönster föder nya behov. Förändringen är konstant, men olika omvärldsfaktorer och samhällsutvecklingen i

stort skapar hela tiden nya vanor. Cityindex kan utifrån det fungera som en kompass för framtiden.

### Fastighetsägarna Cityindex Insikt – 2023

I en tid då omvärldsläget skapar oro och påverkar landets ekonomi gör det också avtryck i människors vardag. Det ökar behovet av sammanhang och att knyta oss samman med andra människor. Stadskärnans unika förutsättningar som mötesplats spelar en viktig roll för stadens framgång. Den är stadens nav och dess identitet fyller en viktig funktion för att attrahera till inflyttning och tillväxt.

### Trelleborg växer - 2023 vaxer.trelleborg.se

På denna webbplats får du veta mer om hur Trelleborg växer, nu och i framtiden och hur du kan vara med på resan mot en långsiktigt hållbar tillväxt. Sidan ska uppvisa visioner, utveckling och inspirera till fler satsningar i kommunen.

### Naturplan Trelleborg för stad och landsbygd - 2020

Trelleborgs kommuns naturplan är ett viktigt underlag för att bevara och utveckla grönsstrukturen och ekosystemtjänsterna i planering, byggande och förvaltning. Naturplanen är både ett planeringsunderlag för den fysiska miljön genom kartläggning över värden och funktioner av befintliga grönområden och naturmiljöer och även en handlingsplan som preciserar kommunens arbete med grönsstruktur, grönska och ekosystemtjänster.

### Näringslivsstrategi 2022–2030 - 2021

Näringslivsstrategi Trelleborg 2022–2030 syftar till att skapa kraft och riktning i det näringslivsutvecklande arbetet i Trelleborg. Strategin tar sin utgångspunkt i visionen för Trelleborg och ska därmed bidra till att skapa en attraktiv kommun.

### Parkeringsstrategi Trelleborgs kommun 2017–2025 – 2017

Parkeringsstrategi och parkeringsnormer för Trelleborgs kommun 2017–2025 redovisar fem parkeringsstrategier med tillhörande 22 åtgärder som anger inriktningen på kommunens arbete med parkeringsfrågor. Strategierna har ett fokus på Trelleborgs stad och dess utmaningar kopplade till planerade utbyggnads- och förtätningsprojekt. Redovisade parkeringsnormer för bil och cykel gäller för bostäder och verksamheter i hela Trelleborgs kommun.

### Platsvarumärkesstrategi - 2024

Platsvarumärkesarbetet handlar om att stärka attraktionskraften kring Trelleborgs kommun som geografiskt område så att fler vill leva och verka här samt besöka vår plats. Strategin tar fram beståndsdelarna i hur vi gör detta – genom att identifiera positionsförändringar, målgrupper, platsens profilområden och egenskaper samt en platsberättelse att hålla oss till när vi kommunicerar vår plats.

### Samverkansöverenskommelse mellan kommun och polis 2023–2026 - 2023

Samverkansöverenskommelsen tar upp ett antal fokusområden och övergripande mål för perioden 2023–2026. En del i överenskommelsen är att parterna åtar sig att varje vecka delta i konceptet EST inom ramen för Tryggare Trelleborg. EST står för effektiv samordning

för trygghet och är ett forum där kommunen och Polisen skapar en gemensam lägesbild och utifrån den planerar för vilka åtgärder som behöver vidtas.

### Skyltprogram - 2021

Skyltprogrammet i Trelleborg omfattar stadskärnan samt de fyra portarna in mot staden från norr, söder öster och väster. Stor vikt läggs vid att portarna ska upplevas välkomnande och synas både dag och natt.

### Stadsmiljöprogram - 2022

Stadsmiljöprogrammet i Trelleborg är ett dokument som beskriver riktlinjerna för stadens alla offentliga rum och platser. Idag finns fokus på de mest centrala delarna av staden, stadskärnan. Men nya områden såsom Övre och Sjöstäderna ska även de utvecklas i enlighet med stadsmiljöprogrammet.

### Trafikplan för Trelleborgs stad – remisshandling - 2024

Med Trafikplanen vill kommunen skapa en

tydlig bild av gatornas potential som välkomnande vistelse- och rörelserum. Enkelt uttryckt ska Trelleborgs gator vara rum vi vill vara i och rum som vi vill röra oss i.

### Tourism Matters – Lokal turismstrategi för Trelleborgs kommun mot 2030 - 2023

Vi reser mer och mer – mot nya destinationer och nya upplevelser. Turismen är den tredje största exportnäringen i världen och har potential att vara en motor i utvecklingen för kommuner, städer, regioner och länder. Visit Trelleborg ser turismen som ett kraftfullt verktyg i Trelleborgs hållbara samhällsbygge och vill öka samverkan mellan viktiga nyckelspelare för att optimera turismens bidrag till utvecklingen.

### Trelleborgs kommuns vision - 2020

I Trelleborg har vi en vision om hur vi vill att det ska vara att bo och verka i kommunen i framtiden. Visionen beskriver ett önskat, framtida tillstånd som alla i kommunen har ett gemensamt ansvar att verka för. Den summerar därmed alla de mål som ska uppnås. Trelle-

borgs kommuns vision är följande: Trelleborg ska vara en framgångskommun med hög livskvalitet och en långsiktigt hållbar tillväxt.

### Uppdatering av parkeringsnorm – tjänsteskrivelse - 2020

Parkeringsnormen är kommunens minimikrav på den ökning i utbud av boendeparkeringar som en byggherre ska tillskapa i området man bygger på. Normen beräknas på antalet lägenheter som byggs.

### Översiktsplan för orter och landsbygd 2028 - 2018

Översiktsplan 2028 omfattar orterna och landsbygden med dess byar i Trelleborgs kommun. Översiktsplanen är ett viktigt planeringsunderlag som pekar ut kommunens målsättningar och skapar förutsättningar för hur orterna och landsbygden kan bli en mer attraktiv plats att leva och verka på i framtiden. Kommunens befolkningsmål om att bli 50 000 invånare till 2028 innebär att det behövs 675 nya bostäder i orterna och på landsbygden.



”

Vi reser mer och mer – mot nya destinationer och nya upplevelser.

# Statistik och nyckeltal



Statistik och nyckeltal spelar en central roll i arbetet med att utveckla Trelleborgs stadskärna. Genom att analysera data kring befolkning, handel, trygghet och pendlingsmönster får vi en tydlig bild av nuläget och de utmaningar och möjligheter som finns. Dessa insikter fungerar som en grund för att fatta välunderbyggda beslut och planera framtida insatser.

# 46 936

Antal invånare Trelleborg 2023

## Demografiska fakta

Statistik och nyckeltal är avgörande för att förstå både befolkningsutvecklingen och de ekonomiska trenderna. År 2023 hade kommunen 46 936 invånare, med en stabil befolkningsökning under de senaste tio åren. Under denna period har det skett mindre förändringar av demografin.

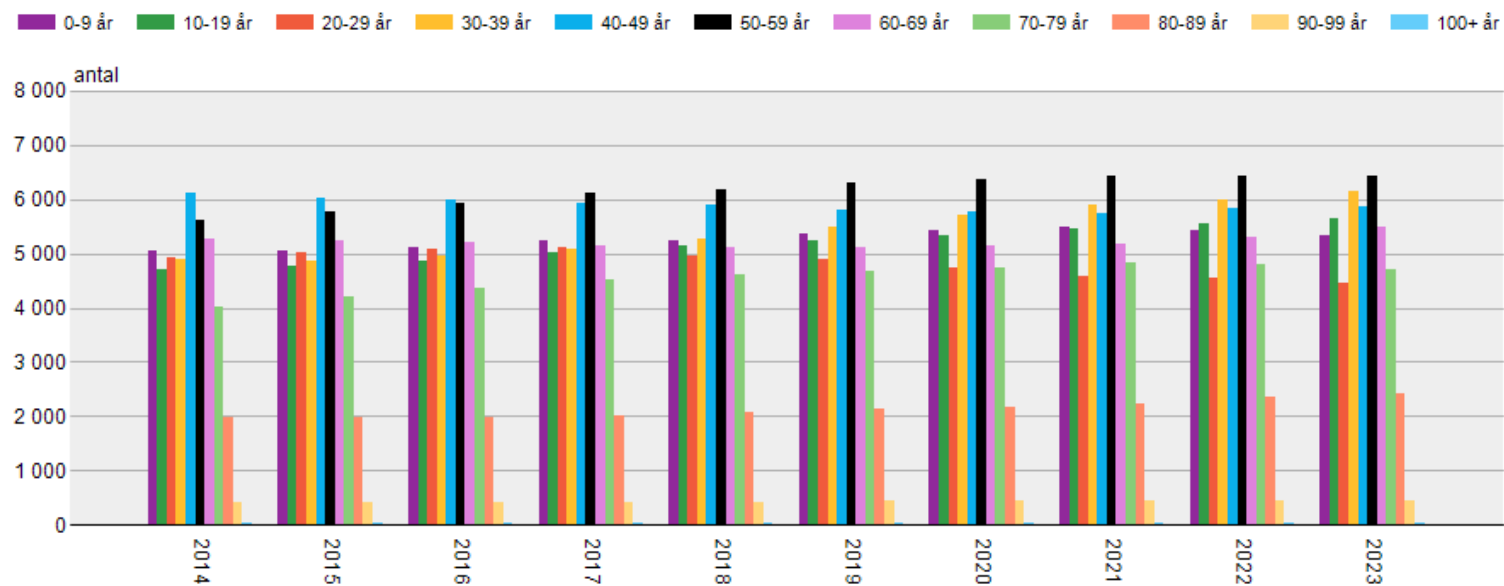


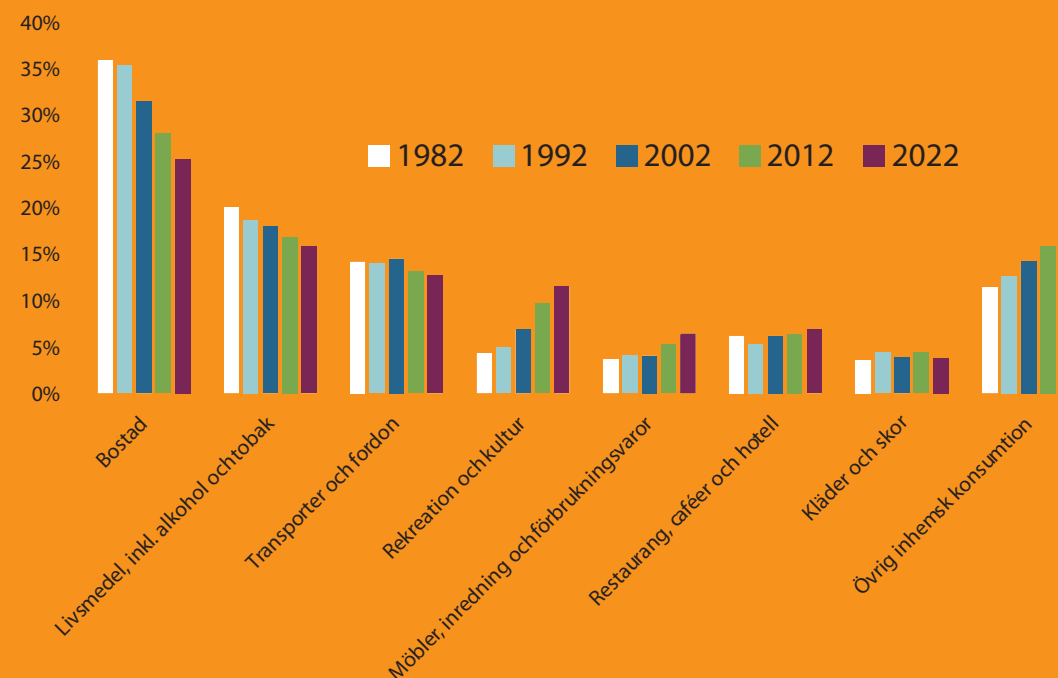


Foto: Andrew Spencer on Unsplash

# Handelsmönster

Ekonomiskt sett visar aktuella data från Cityindex Sverige 2023 att konsumtionsmönstren förändrats, med en förskjutning mot ökad konsumtion inom rekreation och kultur. Dessa förändringar återspeglar ett skifte i invånarnas livsstil och preferenser. Företagsklimatet i Trelleborgs kommun analyseras löpande, och enligt Företagarfakta 2024 från Företagarna finns

en tydlig strävan att skapa förutsättningar för fortsatt tillväxt och utveckling för både lokala och nya företag. Sammantaget ger dessa nyckeltal en överblick över Trelleborgs nuvarande status och fungerar som en plattform för att planera framtida utvecklingsinsatser. När det gäller konsumtion av varor och tjänster så görs de återkommande inköpen på ett sätt och på en plats som sparar tid.



**Hushållens konsumtion, andel per ändamål, 1982-2022, fasta priser.**

Källa: Cityindex Sverige 2023, Fastighetsägarna och HUI. Konsumtionen har förskjutits mot mer rekreation och kultur.

# Pendlingsmönster

Källa: Företagarna, Företagarfakta 2024  
Trelleborgs kommun

INPENDLING  
**3814**

Malmö 1476  
Vellinge 683  
Svedala 319  
Skurup 288  
Lund 197



UTPENDLING  
**11 810**

Malmö 6796  
Vellinge 1170  
Lund 827  
Svedala 667  
Burlöv 293

## Pendlingskvot och nettopendling

Pendlingskvoten räknas ut genom att dividera antalet inpendlare med antalet utpendlare. En pendlingskvot som understiger (1,0) betyder att det sker en nettoutpendling från kommunen, medan en pendlingskvot som överstiger (1,0) betyder att det sker en nettoinpendling till kommunen.

**40**

procent  
pendlar

Placering	Kommun	Pendlingskvot
1	Solna	2,7
2	Stockholm	2,4
3	Gnosjö	2,2
275	Trelleborg	0,3
288	Salem	0,2
289	Österåker	0,2
290	Nynäshamn	0,2

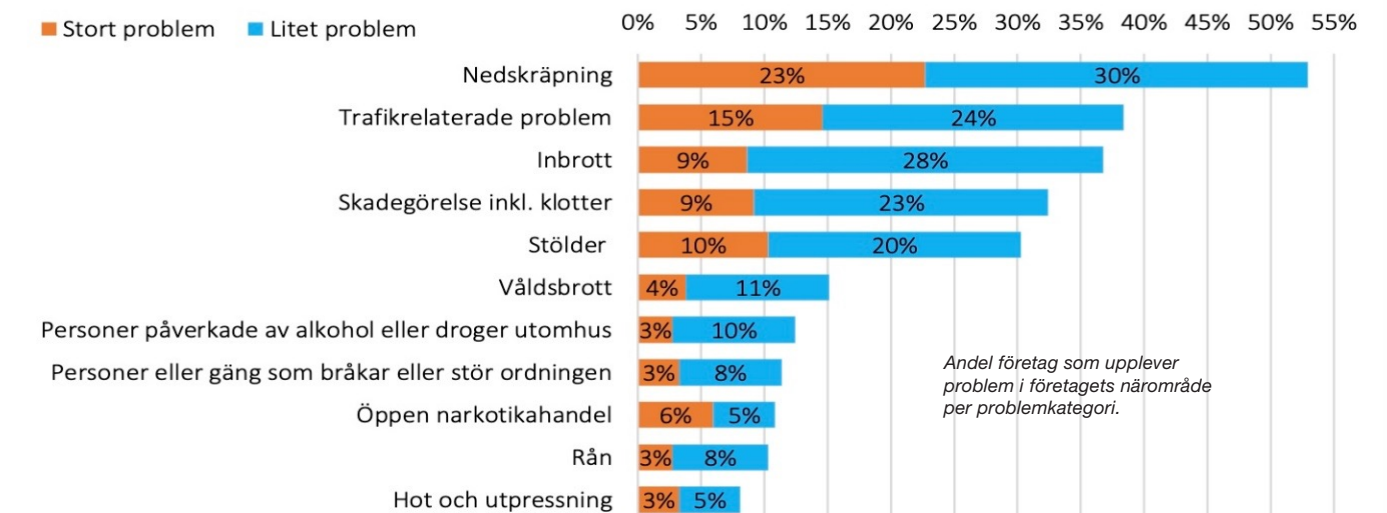


## Trygghetsundersökningar och trygghetsaspekter

Företagens trygghetsundersökning visar att nedskräpning är det största problemet som företagen upplever i området. Trafikrelaterade problem, inbrott, skadegörelse (inklusive klotter) och stölder är också betydande trygghetsut-

maningar enligt undersökningen. Dessutom har våra fokusgrupper pekat på behovet av att hantera småskräp, övergivna cyklar och annan ordning som bidrar till en skräpig och mindre trivsamt miljö inom BID-området.

Källa: Tryggare Sverige, Företagens trygghetsundersökning Trelleborgs kommun 2024.



# 162 025

**+23,7%** utländska gästrätter

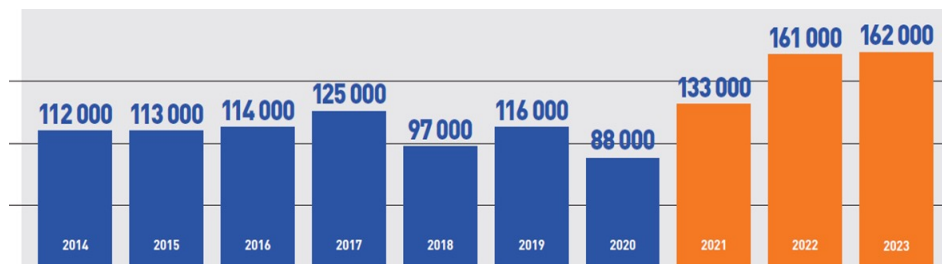
**+69,1%** senaste tio åren

## Statistik över gästrätter

2023 var återigen ett rekordår för turismen i Trelleborg, med den tredje toppnoteringen i rad och totalt 162 025 kommersiella gästrätter. Bland dessa svarade utländska gästrätter för 48 761, en imponerande ökning med 23,7%, främst drivet av fler besökare från Tyskland och Danmark.

Under det senaste decenniet har Trelleborg dessutom sett en betydande tillväxt på 69,1% i antalet gästrätter, en siffra som starkt överträffar motsvarande utveckling på nationell nivå på 28,8%. Denna imponerande utveckling förstärker besöksnäringens roll som en viktig ekonomisk drivkraft i Trelleborgs kommun, samt en kärna för gemenskap och lokal stolthet, särskilt under ekonomiskt utmanande tider.

Källa: Visit Trelleborg AB 2024



Smygehuk. Foto: John R. Pickens

” ... BESÖKS-  
NÄRINGENS  
ROLL SOM  
EN VIKTIG  
EKONOMISK  
DRIVKRAFT

# Omvärlds- och marknadsanalys

Positionering och strategiska fördelar

## Makroperspektiv

Trelleborg har en stark geografisk fördel tack vare sin närhet till Tyskland och övriga Europa, vilket gör staden till en viktig transporthub och port till Europa. Detta strategiska läge stärker Trelleborgs roll för både nationell och internationell handel och skapar möjligheter för ökad turism och nya affärsetableringar. Samtidigt innebär internationell konkurrens – från närliggande hamnar, städer och den växande näthandeln att stadens ekonomiska förutsättningar påverkas, särskilt för den fysiska handeln.

Trelleborg är utpekad som en regional kärna med central betydelse för sin omgivning och spelar en viktig roll i den expansiva Greater Copenhagen-regionen. Staden bidrar därmed inte bara till den lokala ekonomin utan också till regional tillväxt över kommungränserna.

## Mikroperspektiv

På lokal nivå konkurrerar Trelleborg med närliggande kommuner som Malmö, Lund och Ystad, som utgör viktiga alternativ för invånarnas handel och servicebehov. Närheten till Emporia köpcentrum i

Malmö gör att många Trelleborgare och andra närboende väljer att handla där, vilket innebär en utmaning för Trelleborgs stadskärna i att locka lokalbefolkningen att stanna kvar och nyttja det lokala utbudet. Pendlingsmönster spelar också en betydande roll: många invånare arbetar och handlar i närliggande städer, vilket minskar stadskärnans ekonomiska livskraft och påverkar den lokala handeln negativt.

## Typ av stad

Trelleborg är klassificerad som en pendlingsstad, vilket innebär att en stor del av befolkningen, över 40 procent, pendlar till arbete i närliggande städer. Detta gör att stadens attraktivitet som bostadsort är avgörande för att behålla invånarna. Som pendlingsstad är Trelleborg beroende av att erbjuda ett starkt kärnutbud för att konkurrera med de större grannstädernas bredare utbud. Många pendlingsstäder, inklusive Trelleborg, har en hög andel barnfamiljer, vilket gör att goda skolor, en trygg miljö och ett attraktivt utbud av fritidsaktiviteter är viktiga för att behålla invånarna.

## Konkurrens och utmaningar

### Konkurrenssituation

Trelleborgs upptagningsområde omfattar närliggande kommuner som Vellinge (37 738 invånare), Skurup (16 861 invånare) och Svedala (23 470 invånare). Inom dessa kommuner är orterna Vellinge (6 496 invånare), Höllviken (14 889 invånare),

Skurup (8 040 invånare) och Svedala (12 618 invånare) särskilt viktiga för Trelleborgs handel.

De korta avstånden till större handelsområden i Skåne gör att Trelleborg möter stark konkurrens. Till exempel tar det bara 15 minuter att köra från Vellinge till Emporia köpcentrum i Malmö, och 20–25 minuter från Svedala och Skurup. Denna närhet gör att många boende i området troligen väljer Emporia för sina

inköp, där de erbjuds ett brett utbud av butiker och restauranger. Korta pendlingsavstånd till Malmö (30–45 minuter), Lund (40–60 minuter) och Ystad (50–60 minuter) att Trelleborgare själva ofta väljer att handla i dessa städer, vilket påverkar Trelleborgs stadskärna negativt.

### Näthandel

Utöver konkurrensen från andra orter är näthandeln en växande utmaning för Trel-

leborgs stadskärna. Näthandeln erbjuder bekvämlighet och ett omfattande sortiment, vilket lockar kunder som annars kunde ha handlat lokalt.

För att möta denna utmaning behöver Trelleborgs stadskärna satsa på en shoppingupplevelse med personlig service, lokal förankring och en trivsamt atmosfär – något som näthandeln inte kan erbjuda.



Trelleborgs Hamn. Foto: John R. Pickens

# Pågående och kommande utvecklingsprojekt

Att lyfta fram pågående och kommande utvecklingsprojekt är centralt för att visa hur Trelleborgs stadskärna och dess omgivningar förändras och stärks. Dessa projekt speglar vår ambition att skapa en hållbar och attraktiv stadsmiljö, där innovation, tillväxt och trivsel står i fokus. Genom att belysa framtida satsningar skapas också en tydlig bild av hur vi möter dagens och morgondagens behov.



## Kuststad 2025

Stadsutveckling i Sjöstaden och västra sjöstaden

Med Kuststad 2025 genomgår Trelleborg sin största stadsutveckling någonsin; en spännande omvandling som välkomnar både nuvarande och nya invånare till en stad där havet blir en naturlig del av stadslivet.

Gränsen mellan hamn och stad flyttas, och tidigare avstängda områden förvandlas till levande stadsdelar med en attraktiv mix av bostäder, verksamheter och inbjudande mötesplatser.

Fem kilometer kaj blir tillgänglig för promenader längs havet, med utsikt över horisonten och himlen. Hamnens flytt österut frigör enorm utvecklingspotential, och i de nya stadsdelarna Sjöstaden och Västra sjöstaden skapas mer än 7 000 havsnära bostäder, arbetsplatser och lokaler för besöksintensiva verksamheter.



### Näringslivssatsning med Business Center Trelleborg

Kuststad 2025 omfattar även Business Center Trelleborg, en näringslivssatsning som ska stärka kommunen som ett centrum för innovation och företagande. Med målet att attrahera både nya och befintliga företag bidrar Business Center Trelleborg till att skapa nya arbetstillfällen och minska behovet av pendling, vilket stärker

den lokala arbetsmarknaden. Området förväntas också locka framtidsinriktade investeringar, inklusive vätgasproduktion och etableringen av en kriminalvårdsanstalt. Dessa näringslivssatsningar tillsammans med förbättrad infrastruktur – såsom en ny hamnin fart och ringväg – stärker stadens konkurrenskraft och ökar Trelleborgs attraktionskraft som en viktig del av Greater Copenhagen-regionen.

### Ny infrastrukturlösning och ringväg avlastar staden

En ringväg som leder trafiken runt staden och östlig hamnin fart med tillhörande lastbilsuppställning utanför hamnområdet är en förutsättning för att Trelleborgs kommun på bästa sätt ska kunna utnyttja ytorna som Trelleborgs Hamn lämnar när verksamheten flyttas åt sydost.

Genom att utveckla västra ringvägen, och samtidigt bygga en ny östlig ringväg kan biltrafik och godstransporter ledas om utanför staden. Det gör det möjligt att utveckla nya centrum- och havsnära stadsdelar samt att utnyttja ett unikt logistikläge öster om staden.

### Större händelser i stadskärnan

I korsningen Hamngatan i början av Corfitz

Beck Friisgatan så bygger fastighetsbolaget Hemsö en stor fastighet som kommer rymma kommande hotell Willow och delar av Trelleborgs kommuns verksamheter. Detta blir en av stadens högsta byggnader och ett landmärke för Trelleborg. På Nygatans norra sida mitt i stadskärnan står fyra huskroppar i form av flerbostadshus just klara och två ytterligare planeras inom kort.

På Stortorget har kommunen låtit renovera statyn "Sjöormen" med tillhörande markstenarbete. Den har kompletterats den med ny belysning som ska få torget att glänsa på kvällar och nätter. Axel Ebbes konsthall genomgår en stor renovering och tillbyggnad vilket kommer möjliggöra större konstutställningar och utställningar med högre säkerhetskrav. Denna står klar till 2025.

# SWOT-analys av Trelleborgs stadskärna

I slutet av september 2024 hölls en workshop med styrgruppen för BID i syfte att göra en SWOT-analys för Trelleborgs stadskärna. Styrgruppens synpunkter och samtal kunde därefter sammanfattas till följande delområden.

Restaurang Siluett, Foto: John R. Pickens



## Styrkor

- **Strategiskt läge:** Trelleborg har en unik geografisk position som port till Europa, med närhet till Tyskland och Polen. Som en central del av Greater Copenhagen-regionen och ett transportnav har staden starka förutsättningar att gynna och dra nytta av internationell handel och tillväxt i Öresunds-regionen.
- **Engagerade samarbeten:** Trelleborg BID, Citysamverkan och Tryggare Trelleborg erbjuder ett starkt nätverk för långsiktig utveckling. Trelleborg har engagerade fastighetsägare och företag som tillsammans med kommunen driver förändringar för en attraktiv stadskärna.
- **Historiskt och kulturellt värde:** Stadens rika kulturarv skapar en unik karaktär. Ett kluster av kulturella lokaler, inklusive bibliotek, museum, utomhusscenen och en nyrenoverad konsthall, möjliggör för besökare att uppleva stadens kultur på ett smidigt sätt genom ett gemensamt biljettalternativ.
- **Attraktiv shoppinggata:** Algatan och dess anslutande gator utgör en lång shoppingsträcka där kommunen har satsat på att förbättra miljön med träd och annan utsmyckning. Gatan erbjuder en charmig småstadskänsla med goda parkeringsmöjligheter.
- **BID-processens struktur:** Genom samarbetet med Svenska Stadskärnor får Trelleborg tillgång till en beprövad arbetsmodell och expertis som bidrar till stadens utvecklingsarbete.
- **Kulturlokaler:** Avsaknad av centralt belägna kulturlokaler gör att Trelleborg saknar ett centralt nav för kulturella arrangemang, kulturskola och gårmmiste om de positiva kringeffekter som kan komma ur dessa.
- **Bristande tillgänglighet och infrastruktur:** Problem med framkomlighet och begränsade cykelparkeringsmöjligheter påverkar tillgängligheten negativt. Dessutom har taktila stråk och gångbanor brister, vilket försvårar för personer med funktionsnedsättning att ta sig fram.
- **Utmaningar med kontinuerligt engagemang:** Trots ett initialt intresse har det varit svårt att upprätthålla företagares deltagande i BID fokusgrupper. Långsiktig hållbarhet kräver ett kontinuerligt engagemang som idag saknas.
- **Svag självbild och okunskap om Trelleborgs styrkor:** En negativ och föråldrad bild av staden påverkar den lokala stoltheten negativt, och potentiella besökare har ofta begränsad kännedom om stadens kvaliteter.

## Svagheter

- **Begränsat utbud av affärer och restauranger:** Staden har ett begränsat utbud, särskilt kvällstid och under helger, vilket kan minska attraktionskraften för både invånare och besökare. Familjeorienterade aktiviteter och lekplatser saknas, vilket gör stadskärnan mindre tilltalande för vissa målgrupper.



Trelleborg har potential att utöka sitt kulturella och sociala utbud med fler evenemang och mötesplatser.



Magikern Malin Nilsson. SKVT. Foto: John R. Pickens

## Möjligheter

- **Kuststad 2025 och Business Center Trelleborg:** Stadsutvecklingsprojektet Kuststad 2025 ger Trelleborg en chans att utveckla havsnära stadsdelar och återknyta stadens kontakt med havet. Business Center Trelleborg öppnar för näringslivsutveckling och kan attrahera företag inom framtidsbranscher, vilket skapar arbetstillfällen och service för invånarna.
- **Stärkande av platsvarumärket:** Genom en strategisk platsvarumärkesstrategi kan Trelleborg profilera sig som en attraktiv stad för både boende, företag och turister, vilket kan öka lokal stolthet och dra till sig investeringar.
- **Ökat fokus på kultur och upplevelser:** Trelleborg har potential att utöka sitt kultur-

ella och sociala utbud med fler evenemang och mötesplatser. Ett kulturpolitiskt program är under framtagning för att skapa fler interaktiva och sociala mötesplatser i stadskärnan.

- **Utveckling av hotell och fastigheter:** Planerade investeringar i hotell och bostäder öppnar för ett bredare serviceutbud och fler affärsmöjligheter som kan tillgodose både invånare och besökare.
- **Småstadens charm i kombination med storstadens närhet:** Trelleborg har fördelarna av en småstad – trygghet och närhet till service – kombinerat med närheten till större städer och arbetsmarknader, vilket gör staden attraktiv för både familjer och företag.

• **Företagsetableringar och företagssklimat:** Allt fler företag ser positivt på Trelleborg som en potentiell plats för investeringar. Genom strategiska samarbeten och utökad service till företag finns möjligheter att stärka företagsklimatet ytterligare. Detta kan leda till nya arbetstillfällen och bidra till ekonomisk tillväxt.

• **Positivt engagemang och goda krafter:** Det finns ett starkt lokalt engagemang från olika aktörer inom näringsliv, föreningsliv, politik och bland kommunens tjänstepersoner, vilket skapar goda förutsättningar för samverkan och gemensamma insatser som kan driva Trelleborg framåt och förbättra stadens utvecklingsmöjligheter.

## Hot

- **Konkurrens från andra handelsområden:** Närheten till stora handelsplatser som Emporia i Malmö gör att många väljer att handla där istället för i Trelleborg. Detta påverkar den lokala handeln och kan leda till minskad ekonomisk aktivitet i stadskärnan.
- **Ökad pendling och extern handel:** Många invånare pendlar till andra städer och väljer därmed att handla och nyttja tjänster utanför Trelleborg, vilket minskar stadskärnans ekonomiska livskraft.
- **Näthandels tillväxt:** Den ökade näthandeln innebär att många kunder väljer digitala alternativ framför fysiska butiker, vilket minskar behovet av en fysisk handelsmiljö och kan leda till butikstapp i stadskärnan.
- **Risk för att näringsidkare inte integreras fullt ut i BID-arbetet:** Trots positiva attityder till Trelleborg BID är det många näringsidkare som inte deltar aktivt, delvis på grund av osäkerhet om BID långsiktiga värde och begränsade resurser. Detta kan skapa en klyfta

mellan kommunens utvecklingsmål och näringslivets engagemang.

- **Polarisering och minskad samarbetsvilja:** Ökad social och politisk polarisering, både lokalt och nationellt, kan hämma samarbete och minska möjligheten till gemensamma satsningar, vilket riskerar att försvåra stadens utveckling.
- **Balans mellan stadskärnan och Sjöstaden:** Den nya stadsdelen Sjöstaden kan upplevas som mer attraktiv än den befintliga stadskärnan. Om resurser och investeringar koncentreras för mycket på Sjöstaden finns risken att den befintliga stadskärnan förlorar sin vitalitet och konkurrenskraft.
- **Otydlighet kring långsiktig infrastruktur:** Brist på tydliga framtidsplaner för infrastruktur kan skapa osäkerhet bland invånare och företagare, vilket kan påverka förtroendet för kommunen och minska incitamenten för långsiktiga investeringar och bosättning.

”

Den ökade näthandeln innebär att många kunder väljer digitala alternativ framför fysiska butiker...



Foto: Janko-Fetic on Unsplash

# Studier, undersökningar och workshops

Deltagarna ombeds att ge förslag på hur stadskärnan kan förbättras, vilket dokumenteras på en bruttolista för framtida diskussioner. Som en del av processen dokumenterar deltagarna miljöer och idéer genom fotografier som kan inspirera vid kommande möten. Här följer en sammanfattning av de områden som diskuterats. En mer detaljerad beskrivning av bruttolistorna finns att ta del av på [vaxer.trelleborg.se](http://vaxer.trelleborg.se).



Utsikten Trelleborgs Hamn. Foto: John R. Pickens

## Fokusgrupperna och deras insikter

### Varumärke

Gruppen för varumärkesfrågor har fokuserat på de värden och estetiska uttryck som Trelleborgs stadskärna bör förknippas med. Centrala frågor har varit Trelleborgs platsvarumärkesstrategi och brandbook, som vägleder användningen av platsvarumärket. Även frågor om enhetlig skyltning inom stadskärnan och dekoration av lediga lokaler för att locka nya verksamheter har varit framträdande i diskussionerna.

### Utbud

Inom denna grupp har samtalen kretsat kring stadskärnans samlade utbud av varor och tjänster. Tidigare torghandel på Stortorget har kritiserats för att vara visuellt inte tilltalande, och förslag har lyfts om att öka antalet restauranger med uteserveringar med utsikt mot Sjöormen. Gruppen identifierar behovet av en större central lokal för kulturrevenemang samt ett mer varierat kulturutbud för unga invånare. Önskemål om säsongsbetonad verksamhet, tydliga mötesplatser och ett breddat butiksutbud har även framkommit.

### Platsen

Diskussionerna i denna grupp har fokuserat på att skapa platser som lockar invånare och besökare att

vistas längre i stadskärnan. Gruppen framhåller vikten av estetiskt tilltalande och funktionellt möblemang samt önskemål om ett årshjul med återkommande arrangemang. Deltagarna lyfter även behovet av lekplatser, renare miljöer och utsmyckning med växter och träd för att höja områdets attraktivitet.

### Tillgänglighet

Gruppen har fördjupat sig i tillgängligheten till, från och inom stadskärnan, med fokus på parkeringslösningar, cykelställ, och gångstråk för personer med funktionsvariation. Behovet av förbättrade cykelställ och tillgängliga offentliga toaletter har diskuterats, liksom förslag på förbättringar av avspärrningsrutiner vid kommunala arbeten.

### Tryggt & säkert

Inom trygghetsgruppen har diskussionerna berört belysning, städning och sikten i parker för att öka trygghetskänslan. Förslag på förbättrad belysning i skyltfönster och andra offentliga ytor har lyfts, liksom synliggörande av pollare för att minska risken för olyckor. Gruppen konstaterar även att staden många soptunnor jämfört med närliggande städer. Behov finns av förbättring av växtlighetens skötsel i parker för att öka överblicken och tryggheten.

## Konkurrenssituation & utmaningar

Trelleborgs upptagningsområde inkluderar Vellinge kommun (37 738), Skurups kommun (16 861) och Svedala kommun (23 470). I de närliggande kommunerna så är det framförallt tätorterna Vellinge (6 496), Höllviken (14 889), Skurup (8 040) och Svedala (12 618) som är upptagningsorter.

Källa: Detaljhandelsanalys & strategi Trelleborg C – 2015. Invånarantal avser helåret 2023.

Från Trelleborg tar det ca 30–45 min att ta sig till Malmö beroende på färdmedel. Likaså tar det 40–60 minuter till Lund och 50–60 minuter till Ystad. Det tar ca 20–25 min att ta sig till Trelleborg från de närliggande kommunerna Vellinge, Svedala och Skurup. Från Vellinge kör man till Emporia köpcentrum på ca 15 min, från Svedala på ca 20 min och från Skurup på ca 25 min. På grund av den korta resetiden till Emporia köpcentrum från dessa orter så är det mycket troligt att invånarna där åker till Emporia köpcentrum istället för till Trelleborg för att shoppa.

Källa: Detaljhandelsanalys & strategi Trelleborg C – 2015



Lilla Osteriet. Foto John R. Pickens

## 3

## Trelleborgs tre största konkurrenter

I en intervjuserie som genomfördes 2015 uppgav vissa svarande att de väljer att åka till Malmö för att shoppa, om de inte handlar i Trelleborg. Många av dessa nämnde specifikt Emporia köpcentrum, som lockar med sitt stora utbud av butiker samt ett brett utbud av mat- och fikaställen. Samtidigt ansåg flera att Emporia är för stort och ofta för fullt av besökare, vilket skapar en mindre trivsamt upplevelse.



Foto: John R. Plickens



Emporia Köpcentrum Malmö. Foto: John R. Plickens

”

*"Många av dessa nämnde specifikt Emporia köpcentrum, som lockar med sitt stora utbud av butiker samt ett brett utbud av mat- och fikaställen."*

Samma undersökning visade också att andra valde att åka till Lund på grund av stadens fina byggnader, omgivning och atmosfär. Man ansåg dock att det är svårt att finna parkeringsplats.

En tredje grupp valde att åka till Ystad. Här ansåg man att avståndet kändes långt. I denna Nulägesanalys görs bedömningen att det fortfarande är dessa orter inklusive handels-

platser och köpcentra Trelleborg konkurrerar med nu 2024 och att anledningen är fortsatt densamma som 2015.

Källa: Detaljhandelsanalys & strategi Trelleborg C - 2015

### Trelleborgs styrkor

Samverkan inom BID tillsammans med samverkan inom ramen för Citysamverkan och

Tryggare Trelleborg borgar för den styrka som krävs för att skapa förändring på riktigt.

Barn & ungdomar kommer att bjudas in till olika workshops för att presentera satsningen och låta dem komma med sina drömmar och önskemål angående stadskärnan.

Trelleborg har en lång shoppinggata; Algatan med anslutande gator, vilka kommunen satsat

mycket på att lyfta och smycka upp. Träden på shoppinggatan bidrar till en attraktiv miljö. Parkeringsmöjligheterna är goda.

Cityindex rapport 2023 visar på att konsumenter lägger mindre pengar procentuellt på allt i sin tillvaro. Samhällets effektivisering, digitalisering och strukturförändringar är orsaker som bidragit till detta.

Det konsumenter däremot är benägna att lägga mer pengar på än förut är kultur och rekreation. I Trelleborg finns ett kluster av kulturellt utbud i form av bibliotek, museum, utomhusscenen och en nyrenoverad konsthall som snart står klar. Dessutom finns en betalmodell som möjliggör att man besöker alla dessa och vårt vikingamuseum i Trelleborg med en gemensam biljett.

## Sammanfattning och nästa steg

Nulägesanalysen fungerar som en grundläggande plattform för att förstå de aktuella förutsättningarna, styrkorna och utmaningarna i stadskärnan. Den ger en tydlig bild av nuläget och identifierar nyckelfaktorer som påverkar utvecklingen. Analysen är avgörande för att formulera en välgrundad affärsplan och handlingsplan som möter stadens behov och möjligheter. Den kommer även att utgöra grunden för en långsiktig strategi för stadskärnans framtid.

Samverkansorganisationen, bestående av representanter från kommunen, fastighetsägare, näringsidkare och andra lokala aktörer, spelar en central roll i detta arbete. Genom att samordna insatser, säkerställa kontinuitet och engagemang samt följa upp och utvärdera resultaten bidrar organisationen till att förverkliga visionen om en levande och attraktiv stadskärna i Trelleborg.

BID-processen genomsyras av fem strategiska fokusområden: varumärke, utbud, platsen, tillgänglighet samt tryggt och säkert. Genom att arbeta med dessa områden skapas en inbjudande stadskärna med ett varierat utbud som lockar både invånare och besökare.

En SWOT-analys har identifierat Trelleborgs styrkor, inklusive det strategiska läget och ett starkt lokalt engagemang. Utmaningarna

omfattar behovet av ett utökat kvällsutbud, förbättrad tillgänglighet samt stärkt lokal stolthet och medvetenhet om platsens fördelar.

Pågående stadsutvecklingsprojekt som Kuststad 2025 och Business Center Trelleborg skapar stora möjligheter för staden att stärka sin position som en regional knutpunkt för både boende och näringsliv. Med sin närhet till kontinenten har Trelleborg potential att bli både en viktig logistikport och en attraktiv destination för turism och företagande.

Utvecklingen av nya bostadsområden, infrastruktur som ringvägen och hamnfarten, samt förbättrad tillgänglighet och säkerhet lägger grunden för hållbar tillväxt och förbättrad livskvalitet.

Samtidigt är vi medvetna om utmaningarna, såsom konkurrensen från närliggande handelsområden, höga pendlingsnivåer och näthandels påverkan på den lokala handeln. Men med Trelleborgs unika styrkor – dess geografiska läge, rika historia och det starka engagemanget från alla involverade – bygger vi tillsammans en framtid där Trelleborg inte bara är en genomfartsort utan en plats där människor vill leva, verka och som man vill besöka.

Axel Ebbes Konsthall. Foto: John R. Pickens

EN PLATS  
” DÄR  
MÄNNISKOR  
VILL LEVA,  
VERKA OCH  
SOM MAN  
VILL BESÖKA

BID TRELLEBORG OCH TRELLEBORGS KOMMUN 2024

**BID**TRELLEBORG